

## 并购后仍不吭声的当当，下一步剑指何方？

撰文\_刘明

4月11日晚间，海航系旗下天海投资发布公告称，拟通过发行股份及支付现金方式，购买当当网100%股权及当当科文100%股权，初步作价75亿元。至此，海航收购当当网的交易终于尘埃落定。

当当创办于1999年，是中国最早的电子商务公司之一，曾被誉为“中国的亚马逊”。18年进阶之路让当当一步步从图书发展到综合型电商平台，并在中国图书文化领域保持着绝对的领先地位。

从全品类上看，数据显示，当当网销售超过1000万种商品，其中在售图书500万种，百货、服装类超500万种，SKU十分丰富。而这些丰富的品类吸引了更多的用户，据悉，当当单日用户流量和消费人数均可达数百万，是货真价实的流量入口。

而在图书领域，当当是名副其实的线上图书出版零售巨头，超500万种的图书品类，3000多个第三方卖家，以及200多家在全国范围内经营的实体书店，成立至今累计售出图书超30亿册。可以说，在中国每卖出3本书就有1本来自当当。

这也是为什么业内关于这次交易的消息会断断续续流传一个多月。当当在图书文化领域的市场份额持续数年领先，业内第一的地位稳固，因此在这笔交易最终达成后，业内出现了很多声音。而从结果来看，这场交易着实是正向且双赢的。

### 一、如何看待文化电商独角兽联手航空巨头？

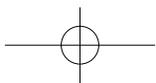
近日，国家信息中心发布《中国共享经济发展年度报告(2018)》，报告显示在生活服务领域共享创新火爆的同时，市场淘汰、企业并购的步伐也在加快。而随着饿了么收购百度外卖，摩拜被美团并购等一系列并购事件的发生，这一点得到了证实。

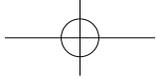
其实，很多曾风光一时的企业、甚至互联网巨头，都难逃被并购的命运。想当年，雅虎是一家全球性的因特网通讯、商贸及媒体公司，是全球第一家提供因特网导航服务的网站，也是20世纪末互联网奇迹的创造者之一。然而，成立于1995年的雅虎，最终于2016年以48亿美元被Verizon威瑞森通信公司收购。

再反观国内的诸多资本牺牲品，最终被并购的结果，都算不得善终。昨日，央视网发布的一篇文章对此事作出了评价：从货币的维度衡量，当当创业不到20年，以75亿的价值落地海航，在全世界范围来说也是少有的成功。的确，以市值论英雄经不起推敲。更何况当当与海航的融合，还隐藏着更为深远的意义。

一方面对当当来说，海航是一个有实力的资本巨头，同时拥有海量的实体产业资源，它不仅可以帮助当当充分释放多年积累的势能，还能为当当的新零售转型提供土壤。一来，海航每年乘机人次达8000万，且与当当类似的是用户综合价值更高，而从候机、乘机、到酒店等场景，都为阅读提供了空间；二来，海航的全球化布局是当当拓展“海外购”业务的契机，甚至有可能像网易考拉一样异军突起；三来，2016年初，海航曾收购美国科技公司英迈，英迈图书是美国最大的图书分销商，这次整合对当当的本业图书零售来说，也是一次提升全球供应链整合能力的机会；其四，海航集团增持德意志银行股份，持股比例9.92%，成为德意志银行最大股东，而德意志银行也将成为当当切入供应链金融的一大潜在合作对象。

另一方面对海航来说，当当作为文化电商独角兽，可以支撑海航在文化产业领域的投资布局，同时提供了一个庞大的线上流量入口。其一，海航曾宣布要全面战略转型，预计斥资500亿元打造数字化新旅游平台Hi-App，并购当当正是海航整合资源、触达线上用户流量的战略性举措；其二，当当在电商领域有着深厚的运营经验，大数据、云计算、AI等技术落地成熟，可以很好地赋能海航旗下天海业务板块；其三，当当的业内口碑和影响力不容小





觑，线上的当当云阅读是全国阅读类APP排行TOP10选手，线下的当当实体店覆盖8大城市，单店日均客流量可达3000-5000人次，对海航来说这是一笔价值丰厚的财产。

由此看来，海航+当当不仅可以释放出1+1>2的效果，而且不论是对行业、还是对用户，都是有多重利好。显然，这也是一次双方都挺满意的结合。

## 二、图书新零售仍将继续，当当初心不改

业内对并购之事众说纷纭，当当官微回应此事，语调则一如既往地云淡风轻。一方面它说到当当的从前和现在：当当深耕文化电商十八年，深受全国读者喜爱，每天为全国近百万顾客服务，是文化电商独角兽，近几年成长优秀；另一方面则继续朝前看，为4.23世界读书日的到来背书：“4.23世界读书日很快来临，当当将有书香节大型促销，欢迎全国书友来玩儿、来读、来买。”

这段话最大的含义就在于，当当作为文化电商独角兽，将继续卖书，继续延续书卷基因，为广大读者服务。的确，18年的耕耘换来了当当在市场上的绝对地位，如今市值超10亿美元的当当，继2014年后持续盈利，2017年盈利3亿多，今年的团队考核目标则是4亿多。一直朝前看是当当能够得到行业 and 用户认可的关键。

当当与海航的重组，我们看到当当对线下资源、对新零售市场的渴望。

在人们生活节奏越来越快、社会愈加浮躁的时代，保留书卷基因，坚守卖书、读书的初心变得十分难得。为了更好地打开阅读市场，当当通过大数据串联文化消费与场景，一方面通过线上数据资源为用户群体画像，从而打造以阅读为主线的线下店，补充了线上缺乏的阅读情景体验模式；另一方面，全力进攻新零售，背靠海航体系的强大资源，结合自身文化电商的C端接口，充分释放多年累积的势能，完成一次新零售巨头的孵化变身。

## 三、全民阅读时代到来，当当再战文化产业

4月23日是世界读书日，而在中国市场，文化产业的发展仍有待提升。据悉，本次书香节，当当16日还在北京、上海、广州、深圳、成都、重庆、武汉、杭州、南京、天津这10大城市投放了相关广告。“久久在海南，书香

在当当”，当当这一巨头图书零售平台仍在这个节日中扮演着不可或缺的重要角色。从当当发布的声明看，未来的当当仍要以书之名，打下属于自己的一片江山。

书香节将是当当延续并深耕图书业务的一大契机，且不再拘泥于线上，现在的当当要依托海航在航空、机场、海外地产、航运、旅游、金融等方面的资源，搭建新零售格局中的各类场景，最终与海航优势互补，完成自己新零售的进阶之路。

其实，当当作为线上图书出版零售领域的龙头老大，拥有过无数次融资机会，资本市场也为其提供了多种选择。然而，当当始终没有敲定自己的归宿，这其中，应该不仅是为保留当当自主独立权利的争取，还有为保留一缕书香、为书卷基因的坚守。而海航为当当保留了这样的自主空间，同时提供了强大的资源支持，这才使得融资尘埃落定。

现如今，当当打造4.23书香节，这说明当当确实找到了一条最适合自己的道路。一方面能够保持书香文化，继续哺育更多读者，做全民阅读时代的领头羊；另一方面再战文化产业，借助海航多场景下的庞大资源，进军新零售，完成版图扩充和转型升级。

总的来说，海航为当当保留书香文化留出了足够大的空间，同时赋予了当当落地新零售更优质、更稳定的土壤。对当当来说，这是一次战略性十分明确的指向，标志着文化电商独角兽当当将带着对读者的敬畏心，在新零售领域开疆拓土，一路向前，成为开启全民阅读时代的冲锋军。

来源\_搜狐 2018.04.17

